

NR 15 (24)

BIBLIOTEKA

2011 PL ISSN 0551-6579

TOMASZ KRUSZEWSKI

Logo instytucji non profit – modele stosowane w bibliotekach

STRESZCZENIE. W artykule scharakteryzowano znaki graficzne współczesnych bibliotek, które są używane w procesie identyfikacji wizualnej. Logo poszeregowano według zaproponowanych przez autora typów, co pozwoliło na wyłonienie najczęstszych tematów podejmowanych przy ich opracowywaniu. Zbytne podobieństwa powodują kłopoty z określeniem tożsamości biblioteki. Wskazano, że jednym ze środków pozwalających na uniknięcie trudności identyfikacyjnych jest stosowanie abstrakcyjnych znaków graficznych, których kilka egzemplifikacji podano na końcu artykułu.

SŁOWA KLUCZOWE: logo, *branding* biblioteki, identyfikacja wizualna, tożsamość firmy.

Na tożsamość firmy składają się wzorce komunikacyjne, przejawiające się niepowtarzalnym zestawem cech pozwalającym wyróżnić ją z otoczenia, nadać jej charakter, rangę i oznakować jakość. Jedną z podstawowych części tożsamości jest identyfikacja wizualna, będąca złożonym systemem zawierającym przede wszystkim znak graficzny (logo, sygnet, godło¹). Ponieważ w obręb identyfikacji wizualnej wchodzić cechy charakterystyczne produktów, oznakowania zewnętrzne i wewnętrzne², logo – wspólnie z publikacjami reklamowymi oraz oznakowaniem pojazdów transportowych – można uznać za symboliczne opakowanie produktu i marki oferenta:

¹ Posługuję się wymiennie terminami, które oznaczają symboliczny lub opisowy element graficzny, wzbogacany niekiedy logotypem – podrzędnym wobec wcześniejszych, będącym wyłącznie stylizacją literową firmy w sensie stenograficznym. Zdaję sobie sprawę z niedociągnięć przyjętej terminologii, biorąc pod uwagę etymologię terminów i funkcjonujące poglądy o niepoprawnym, potocznym rozumieniu określenia logo.

² Szerzej S. Black, *Public relations*, Kraków 2001, s. 99; E. Stopa-Pielesz, *Proces projektowania systemu identyfikacji wizualnej*, „Biuletyn Sztuki Projektowania” 2005, nr 1, s. 28–29.

za szyld jego jakości. Logo ma być wizytówką, znakiem rozpoznawczym wykorzystującej go organizacji, czyli formą jej podpisu. Słowo „podpis” w języku włoskim znaczy „firma”, a łacińskie „afirmatio” to „potwierdzenie”. „Firmować” to patronować, wspierać jakieś przedsięwzięcie swoim autorytetem. Mówi się niekiedy, że ktoś jest dobrą firmą, co znaczy tyle, że przypisuje się komuś nazwę (nazwisko) sygnalizującą renomę w określonej dziedzinie³. Związki etymologiczne wskazują na pewien stan odpowiedzialności, czyli poręczania za jakość oferowanego produktu. Logo powinno być właśnie tego rodzaju znakiem jakości.

Znak graficzny nie musi być oczywisty w odbiorze, lecz powinien pobudzać wyobraźnię i wrażliwość. Odnosząc się do symbolu abstrakcyjnego lub do zawartej w nim metafory, winien działać na odbiorcę w warstwie estetycznej⁴. Cenne jest wypracowanie możliwie niepowtarzalnej formuły, pozwalającej na identyfikację właściciela i wyłowienie go z grupy innych organizacji. Z drugiej strony, za pomocą sygnetu należałoby poinformować o powiązaniach z tradycjami podobnych organizacji. W przekazie pojawiać się powinna pełniona funkcja społeczna⁵. Sam Black ponadto postulował, aby logo było łatwe do zapamiętania i miało związek z instytucją, a zwłaszcza z jej działalnością⁶.

Wytworzenie semantyki znaku graficznego jest związane z zastosowaniem kilku środków plastycznego wyrazu, m.in. śladu narzędzia, kroju pisma, kompozycji typograficznej i koloru. Częstym wyrazem symboliki – oprócz operowania kreską – są archetypiczne kształty koła lub kwadratu, które stają się zarówno ornamentem, jak i ilustracją tematu⁷. Podobnie dzieje się z kolorystyką, dobieraną odpowiednio do charakteru instytucji. Percepcja logo zależy przy tym od przejrzystości, nowatorstwa, ale i prostoty jego budowy. Nie powinno więc być ono obrazkiem, lecz jakimś skrótem logicznym⁸. Tak postulowana forma wypowiedzi staje się szczególnie trudna w dziedzinach, które skupiają podobne do siebie instytucje.

Chociaż proces budowania marki przez znaki graficzne jest zbliżony w przedsiębiorstwach biznesowych oraz w instytucjach non profit, mam

³ Zob. też W. Kopaliński, *Słownik wyrazów obcojęzycznych z almanachem*, Warszawa 2007, s. 189.

⁴ B. Król, *Znaki graficzne – kreacja symboli*, w: *Znak, znaczenie, komunikacja*, red. M. Juda, Katowice 2002, s. 21.

⁵ A. Frankowski, *Logo jako element kształtowania tożsamości firmy*, „Biuletyn Sztuki Projektowania” 2007, nr 3, s. 39.

⁶ S. Black, op.cit., s. 102.

⁷ B. Król, op.cit., s. 21–22.

⁸ A. Frankowski, op.cit., s. 39–40.

wrażenie, że te ostatnie w doborze środków wyrazu wykazują się mniejszą oryginalnością. Skutkiem tego, w określonej branży, często powielają się kompozycje i tematy, a to z kolei powoduje, że o ile są one charakterystyczne dla całego sektora usług, o tyle już nie są niepowtarzalne w jego obrębie. Do takich organizacji należą biblioteki i na ich przykładzie spróbuję określić typowość motywów i form sygnatów, a także ich wady i zalety⁹.

Opracowując typologię znaków, napotyka się trudności z rozłącznością, niejednokrotnie bowiem wymykają się one sztywnym podziałom. Pokuszę się jednak o taką próbę. Przeglądając biblioteczne sygnety, można wyróżnić następujące główne rodzaje:

- znaki transformujące literę – monogramy,
- akronimy,
- logo: akronim-książka,
- logo z motywem książki,
- logo z motywami architektonicznymi,
- varia tematyczne,
- abstrakcyjne znaki graficzne, oparte na ekspresji linii.

Na kolejnych stronach znajduje się ich analiza poparta charakterystycznymi przykładami.

Znaki transformujące literę

Klasycznymi logotypami typograficznymi, zawartymi w minimalistycznej formie stylowej, są te, w których posłużono się skrótcem, czego egzemplifikacją jest godło biblioteki publicznej w Whitmore Lake w Stanach Zjednoczonych (Northfield Township Library, il. 1). W wypadku biblioteki publicznej działającej na rynku lokalnym można mówić o zalecie przyjętego rozwiązania. Charakterystyczna, wielobarwna kolorystyka (czerwienie, żółcie, błękity, zieleń) oraz sposób operowania kreską stworzyły wzór łatwy do zapamiętania przez członków wspólnoty. Gdyby jednak godło miało informować o instytucji o zasięgu ponadregionalnym lub

⁹ Tematyce logo bibliotek kilka lat temu poświęcono artykuł, lecz jego autorka skupiła się na kwestiach *national branding*, zob. A. Włoszczyńska, *Rola logo i identyfikacji wizualnej bibliotek narodowych*, „Zagadnienia Informacji Naukowej” 2008, nr 2, s. 63. Ponadto w druku znajduje się mój artykuł dotyczący wykorzystania metody dyferencjału semantycznego do oszacowania skuteczności komunikacyjnej logo bibliotek, zob. T. Kruszewski, *Metoda dyferencjału semantycznego w badaniu bibliotek – wykorzystanie w strategiach marketingowych*, w: *Książka, biblioteka, informacja: między podziałami a wspólnotą* [w druku].



Il. 1. Logo Northfield Township Library
 Źródło: zrzut ekranowy strony internetowej
 Northfield Township Area Library – Whitmore
 Lake, <http://www.northfieldtownshiplibrary.com/> [dostęp: 24.10. 2011].

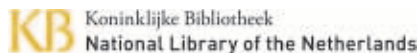
narodowym, trzeba byłoby uznać, że skąpość przekazu tego typu akronimów jest na tyle poważna – nie wskazuje bowiem nawet na lokalizację instytucji – że nie pozwala na identyfikację dysponenta bez współwykorzystania logo z innymi środkami komunikacji, takimi jak strona internetowa albo drukowane materiały promocyjno-informacyjne.

Podobnie może się dziać, gdy podejmowane są próby opracowania monogramu, który w założeniu ma być oryginalny dzięki ozdobnemu krojowi pisma. Logo Biblioteki Narodowej Argentyny (Bibliotheca Nacional de la República Argentina, il. 2) pokazuje, że oszczędność wypowiedzi, nie-



Il. 2. Logo Bibliotheca Nacional de la República Argentina
 Źródło: dzięki uprzejmości Bibliotheca Nacional de la República Argentina.

zależnie od oprawy artystycznej, niekoniecznie przyczynia się do powodzenia zabiegu. Jest on tym bardziej nieskuteczny, że jeśli by nie brać pod uwagę innego koloru tła, identycznym logo posługuje się Biblioteka Narodowa Brazylii (Biblioteca Nacional do Brasil). Przykłady świadczą więc o tym, że ograniczenie się do akronimu jako jedyne go środka wypowiedzi powoduje niekomunikatywność znaku. Dlatego niekiedy do skrótowca dodaje się nazwę instytucji, jak to uczyniono w Bibliotece Narodowej Holandii (Koninklijke Bibliotheek, il. 3), albo próbuje się w charakterystyczny sposób wykazać indywidualność posiadacza znaku. W Bibliotece



Il. 3. Logo Koninklijke Bibliotheek
 Źródło: dzięki uprzejmości Koninklijke Bibliotheek.

Narodowej Walii (Llyfrgell Genedlaethol Cymru, The National Library of Wales, il. 4) wykorzystano wyłącznie akronim, lecz w dwóch językach, co z dużym prawdopodobieństwem zindywidualizowało wizerunek tej instytucji. Rozwiązanie to pokazuje, że niekiedy najprostsze pomysły mogą okazać się niezwykle skuteczne w opracowaniu identyfikacji wizualnej.

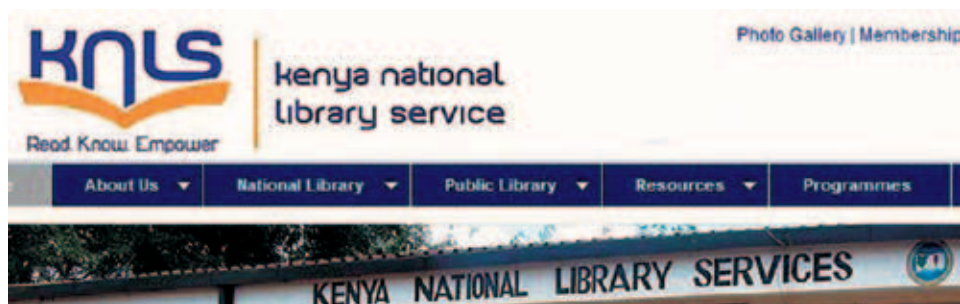
Il. 4. Logo National Library of Wales

Źródło: zrzut ekranowy strony internetowej Llyfrgell Genedlaethol Cymru. The National Library of Wales, <http://www.llgc.org.uk/> [dostęp: 24.10.2011].



W obrębie tego typu znaków graficznych istnieje podgrupa, która nie wypełnia idei logo. Są to piktogramy bądź znaki towarowe o charakterze informacyjnym. Takie sygnety przybierają postać litery „B” bądź „L” – pierwszych liter greckiego lub łacińskiego brzmienia słowa „biblioteka”. Mają jedynie poinformować przechodniów o właśnie mijanej bibliotece i w ten sposób wywołać typowe skojarzenia związane z instytucją. Symbolicznie znakują usługi oferowane wewnątrz budynków, na których elewacjach wywieszono neon, tablicę itp. Przechodzień nic jednak nie wie o jednostkowych cechach takiej instytucji. Stąd widniejące na fasadzie budynku litery „B” lub „L” będą spełniały swoją komunikacyjną funkcję w odniesieniu do typowych – często występujących w otoczeniu społecznym – bibliotek, np. filii bibliotek publicznych.

Na marginesie rozważań nad znakami transformującymi literę warto wspomnieć o nowej tendencji. Artyści projektujący logo, zauważając zmiany w modzie, ale też kierując się względami komercyjnymi, zaczęli wprowadzać slogany towarzyszące znakom – oczywiście nie tylko akronimom. Ten zabieg marketingowy zaadaptowany został przez najróżniejsze instytucje niekomercyjne. W odniesieniu do bibliotek odwołam się do trzech przykładów, mianowicie: Kenijskiej Biblioteki Narodowej (Kenya National Library Service), Biblioteki Narodowej Gujany (National Library Guyana) i Biblioteki Narodowej Indonezji (Perpustakaan Nasional Republik Indonesia). Wpisane w plan logo są takie slogany, jak: „Reading is Knowledge” lub „Read Know Empower” (Kenia, il. 5 – w prawym dolnym rogu widoczne jest też drugie logo, którym posługuje się biblioteka; jego okrąg wewnętrzny wypełniają standardowe motywy narodowe – o czym dalej – oraz akronim biblioteki widniejący na tle otwartej książki), „Service to the Community” (Gujana) oraz bardzo ciekawie skonstruowane hasło w trzeciej z wymienionych bibliotek: „Making the most of Library Potentialities to Improve the Nation’s Quality of Life”. Przy tym



Il. 5. Dwa typy logo Kenya National Library Service w jej witrynie internetowej
 Źródło: zrzut ekranowy strony internetowej Kenya National Library Service, <http://www.knls.ac.ke/> [dostęp: 24.10.2011].

wprowadzone dwa kroje pisma spowodowały, że odczytywane zdanie może być krótsze i nabiera nowego sensu: „Making the most of Quality of Life”¹⁰. Hasła dodane do logo stanowią reklamę instytucji, przybliżając użytkownikowi główne idee jej misji, ofertę usług i korzyści płynące z korzystania z niej.

Te przykłady pokazują, że wprowadzane do sloganów treści odwołują się do podstawowych funkcji, jakie pełnią sygnalizowane instytucje, wskazując na ich usługowy charakter. Warto pomyśleć nad tego rodzaju frazami, jeśli podmiot miewa trudności z przepływem społecznym innych materiałów reklamowych, ale trzeba przestrzec przed nadmierną oszczędnością wyrazu, którą stosowano w pierwszych akronimach. Nie wiele organizacji na świecie może sobie pozwolić na posługiwanie się tak skromną formułą.

Logo: akronim-książka

Różnorodna ilustracja tematu, jakim jest książka, pojawia się bardzo często wspólnie ze skomponowanym z nią akronimem, co widać we wspomnianym logo kenijskim lub w logo Biblioteki Narodowej Jamajki (National Library of Jamaica, il. 6). W rozwiązaniach nieco mniej stereotypowych książka może na przykład nawiązywać swoim kształtem lub zastosowaną kolorystyką do rodzaju biblioteki. Projektanci godła amerykańskiej Narodowej Biblioteki Rolniczej (National Agricultural Library, il. 7) potraktowali typ instytucji jako ideę wyjściową. Otwarta zielona

¹⁰ Zob. Kenya National Library Services, <http://www.knls.ac.ke/> [dostęp: 8.03.2011]; National Library Guyana, <http://www.natlib.gov.gy/> [dostęp: 14.06.2010]; Perpustakaan Nasional Republik Indonesia, <http://www.pnri.go.id/> [dostęp: 15.11.2010].

Il. 6. Logo National Library of Jamaica

Źródło: zrzut ekranowy strony internetowej National Library of Jamaica, <http://www.nlj.gov.jm/> [dostęp: 24.10.2011].



Il. 7. Logo National Agricultural Library of the United States

Źródło: zrzut ekranowy strony internetowej National Agricultural Library, <http://www.nal.usda.gov/> [dostęp: 24.10.2011].



książka, której strony powiewają niczym liście rośliny, nie może nie budzić oczekiwanych skojarzeń.

Każda niemal branża ma typowe dla siebie produkty, usługi albo postaci lub przedmioty, które się z nią kojarzą. Odwołując się właśnie do najbardziej dostępnych skojarzeń, można w nich przemycić własne wyroby bądź usługi. Poważnym zagrożeniem jest jednak możliwość utraty jednostkowej tożsamości. Ilu bowiem konsumentów umie odróżnić producentów wyrobów spożywczych na podstawie sylwetki kucharza umieszczonej na opakowaniu, nawet jeśli występuje ona w różnych pozach? Z tej perspektywy książka często staje się zagrożeniem dla niepowtarzalnego wizerunku. Mimo to kolejna kategoria znaków graficznych jest najliczniejsza.

Znaki z motywem książki

Instytucje często posługują się tematem, który wywołuje najprostsze skojarzenia z dziedziną ich specjalizacji. Serce w organizacjach charytatywnych, koło w przedsiębiorstwach transportowych lub krowa w przemyśle mleczarskim – to przykłady takiej *idée fixe* poszukiwań symbolu. Jak wspomniałem na wstępie, pojawia się jednak wówczas problem z identyfikacją. Tak dzieje się w wypadku bibliotek, w których za podstawowy atrybut uznaje się książkę.

Po wpisaniu w przeglądarce Google frazy „logo biblioteki” lub „library logo” z trudem można w zalewie godeł odnaleźć takie, w których motyw książki nie występuje. Pobieżna obserwacja wykazała, że ze stu pierwszych wyświetlonych sygnatów około 80% zawierało element nawiązujący formą do woluminu. Książka przy zastosowaniu różnych artystycznych środków wyrazu pokazywana jest w najrozmaitszych kombinacjach i kolorystyce (il. 8) oraz kompozycjach z innymi obiektami, np. związanymi z kulturą narodową, nowymi technologiami bądź architekturą budynków bibliotecznych.



Il. 8. Zrzut ekranowy pierwszej strony grafiki wyszukiwarki internetowej Google
Źródło: Google, <http://www.google.pl/search?q=library+logo&um=1&ie=UTF-8&tbn=isch&source=og&sa=N&hl=pl&tab=wi&biw=1280&bih=687> [dostęp: 13.05.2011].

Jeśli chodzi o współwystępowanie książki z elementami narodowymi, przykładem znaku, w większym stopniu zbliżonego do herbu niż do logo, był wykorzystywany do 2009–2010 roku sygnat Biblioteki Narodowej Republiki Kazachstanu (Kazakstan Respublikacynyn Ultytk, il. 9). Pojawiało się w nim oprządkowanie konia, mające być nawiązaniem do kazachskiego folkloru. Także autorzy nowego logo tej instytucji czerpali z historii narodu, ponieważ wypracowali kształt składający się z wzajemnie nachodzących na siebie obrysów książki i jurty. Mimo ciekawego pomysłu kazachska biblioteka nieczęsto posługuje się logo. Godła brak



Il. 9. Logo Kazakstan Respublikacynyn Ultytk wykorzystywane w pierwszych latach funkcjonowania strony domowej WWW
Źródło: dzięki uprzejmości Kazakstan Respublikacynyn Ultytk.



Il. 10. Logo Dunedin Public Library

Źródło: zrzut ekranowy strony internetowej City of Dunedin Florida, <http://www.dunedin.gov.com/home.aspx?page=departments/library/library> [dostęp: 24.10.2011].

choćby na stronie domowej czy na okładkach niektórych publikacji przez nią sygnowanych.

Z kolei znak graficzny Dunedin Public Library na Florydzie (il. 10) zawiera otwartą książkę, zestawioną z atrybutem nowoczesności: dyskiem optycznym oraz atrybutem dążenia do poznania (wiedzy): kluczem. Ponadto tę nad wyraz czytelną – by nie rzec: banalną – metaforykę wzbo-gacono jeszcze sloganem „Keys to the Past... Gateway to the Future”. Zbliżoną logikę przyjęła Kilkenny County Library w Irlandii, lecz klucze i CD zastąpiły sowa i znak @, rząd książek zaś złożył się na korpus ptaka (il. 11).



Il. 11. Logo Kilkenny County Library

Źródło: zrzut ekranowy strony internetowej Kilkenny Library, <http://kilkennylibrary.kilkenny.ie/> [dostęp: 24.10.2011].

Kilku słów komentarza wymagają sensy znaków ideograficznych zawierających obiekty współwystępujące z książką. Zdecydowanie najczęściej ma się do czynienia ze sztampowym traktowaniem motywów kojarzonych z instytucją biblioteki przez artystów, którzy jako towarzyszące kodeksowi elementy kompozycyjne dobierają przedmioty związane z IT. Skonstruowany dzięki takiej wizualizacji komunikat słany do klientów informuje, że biblioteka jest instytucją nowoczesną, oferującą zdalny i lokalny dostęp do informacji w formatach cyfrowych, a zarazem dysponuje tradycyjnymi publikacjami drukowanymi. Mimo że ukazane przykłady pochodzą z bibliotek publicznych, ten model przyjmują także biblioteki



Il. 12. Logo Sullivan Free Library

Źródło: zrzut ekranowy strony internetowej Sullivan Free Library, <http://www.sullivanfreelibrary.org/> [dostęp: 24.10.2011].

innych typów z narodowymi włącznie, np. w Korei Południowej (Guklip Jungang Doseogwan), Szkocji (National Library of Scotland) lub Albanii (Biblioteka Kombëtare e Shqipërisë).

Można zauważyć kilka rodzajów współistnienia w sygnetach motywów architektonicznych i książki. Książkę komponuje się nieraz ze schematycznym ujęciem wyobrażonej lub rzeczywistej siedziby biblioteki (np. logo Sullivan Free Library w Chittenango w Stanach Zjednoczonych, il. 12), z jakimś znajdującym się w niej detalem architektonicznym lub innym, uznawanym za typowy dla określonej grupy etnicznej lub społeczności lokalnej. Taki pomysł zastosowano w godle biblioteki w Talbot, w stanie Maryland (Talbot County Free Library, il. 13), w którym uwypuklone zostały tradycje marynistyczne hrabstwa, będące obecnie jego wizytówką i ciekawą reklamą także dla jego gości. Karty otwartej książki przerodziły się w morskie fale oblewające latarnię morską, choć właściwie logo przedstawia zarys sygnaturki na dachu biblioteki.



Il. 13. Logo Talbot County Free Library

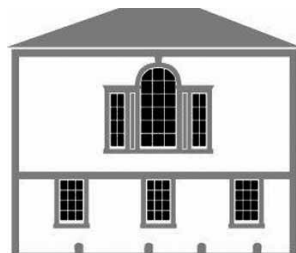
Źródło: zrzut ekranowy strony internetowej Talbot County Free Library, <http://www.tcfl.org/> [dostęp: 24.10.2011].

Logo z motywami architektonicznymi

Logo prezentujące kształt budynku biblioteki lub jakiś jego fragment należą do chętnie projektowanych. Gdy architektura jest głównym tematem, większość znaków jest do siebie podobna, bo ich autorzy skupiają się na ilustrującym charakterze logo. Całkowitą rzadkością są znaki, w których budynek lub jego fragment pokazane są ideograficznie, przez skrót logiczny lub grę symboli.

Il. 14. Logo Innerpeffray Library

Źródło: zrzut ekranowy strony internetowej Facebook z profilem Innerpeffray Library, <http://www.facebook.com/pages/Library-of-Innerpeffray/131305443575903?ref=ts> [dostęp: 24.10.2011].



Pozytywnym przykładem dominującego stylu jest logo niedużej biblioteki publicznej w pobliżu Crieff (Innerpeffray Library, il. 14) – najstarszej w Szkocji instytucji wypożyczającej książki – przedstawiające rys elewacji gmachu. Ponieważ placówka mieści się w zabytkowym XVIII-wiecznym budynku, sygnet jest jednocześnie atrakcyjnym szyldem reklamowym. Niemniej nie w każdej sytuacji zapożyczenie motywu architektonicznego będzie przyciągało klientów, bo godła przedstawiające budynki są na ogół nudne.

Logo – varia tematyczne

Lista tematów adaptowanych do logo jest bardzo długa. Tutaj odwołam się tylko do wykorzystywanych cech narodowych. Niekiedy są one podstawowymi elementami znaku, jak w wypadku Biblioteki Narodowej Namibii (National Library of Namibia, il. 15). Nawiązania geograficzne (dzikie zwierzęta: antylopy trzymające herb i umieszczony w klejnocie nad tarczą orzeł) są wyłącznie pochodną nawiązań etnicznych, gdyż logo – nie licząc tła – jest właściwie herbem Namibii. Mamy więc w istocie do czynienia z sygnetem o charakterze heraldycznym.

Na osobną grupę składają się sygnety bibliotek przedstawiające postacie ludzkie, dobrane przez względy narodowe. Takie cechy ma znak bułgarskiej Biblioteki Narodowej św. św. Cyryla i Metodego (Nacionalna Biblioteka „Sw. Sw. Kirił i Metodij”, il. 16), przedstawiający patronów placówki. Zbliżone koncepcje doboru tematów przyjęto też na Litwie



Il. 15. Logo National Library of Namibia

Źródło: zrzut ekranowy strony internetowej National Library of Namibia, <http://www.nln.gov.na/> [dostęp: 24.05.2009].



Il. 16. Logo Nacionalnej Biblioteki „Sw. Sw. Kirił i Metodij”

Źródło: zrzut ekranowy strony internetowej Nacionalna Biblioteka „Sw. Sw. Kirił i Metodij”, <http://www.nationallibrary.bg/> [dostęp: 24.10.2011].

i w kilku krajach bałkańskich, co interesuje zwłaszcza z kulturoznawczego punktu widzenia i co jest też następstwem ewolucji narodowej społeczeństw postkomunistycznych.

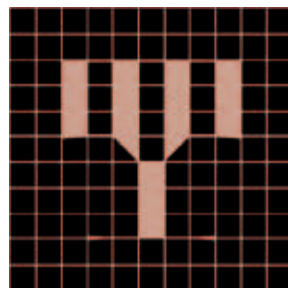
Oczywiście odwołanie do tradycji narodowych jest tylko jednym z pomysłów na poszerzenie symboliki znaku – w przypadku bibliotek, szczególnie narodowych, bardzo popularnym, gdyż wykorzystującym idee *national branding*.

Znaki graficzne oparte na ekspresji linii

Jasność przekazu zależy od wielu czynników, w tym od kompetencji odbiorcy w zakresie znajomości kodów. W wypadku logo chorwackiej Biblioteki Narodowej i Uniwersyteckiej (Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu, il. 17) uwarunkowana jest ona nie tylko wiedzą ogólną i zmysłem estetycznym, ale także przynależnością do konkretnej grupy społecznej. Ten na pierwszy rzut oka typograficzny logotyp zawiera bowiem treści pochodzące z innych rodzajów kodów. Tło nawiązuje do szkieletowej konstrukcji szklanej elewacji gmachu biblioteki. Na nią nałożono ligaturę w głągolicy, o treści „być tu”.

Kopenhaska Szkoła Biznesu (Copenhagen Business School – Handelshøjskolen, il. 16), wprowadzając logo wykorzystywane przez wszystkie jednostki uczelni, położyła większy nacisk na wyobrażnię odbiorców niż na znajomość osadzonych etnicznie kodów. Odczytywanie sensu wynika

Il. 17. Logo Nacionalnej i sveučilišnej knjižnicy u Zagrebu
Źródło: dzięki uprzejmości Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu.



Il. 18. Logo Copenhagen Business School
Źródło: dzięki uprzejmości Copenhagen Business School – Handelshøjskolen.



tu z inspiracji. Była nią stalowa, postmodernistyczna instalacja, podwieszona pod sufit biblioteki. Ujmując jednak rzecz metaforycznie, przecinające się linie symbolizują różne kierunki kształcenia, które mogą być przez studentów łączone pod dachem szkoły.

Konkluzje

Dokonany przegląd znaków graficznych pozwala na sformułowanie kilku wniosków.

Po pierwsze, przykłady logo bibliotek – instytucji reprezentatywnych dla sektora non profit – świadczą o tym, że ich projektanci trzymają się zwykle sztamponowych tematów, które pozwalają na szybkie rozpoznanie branży reprezentowanej przez daną instytucję. Sztamponowych – ponieważ aby podkreślić markę instytucji i świadczone przez nią usługi wysokiej jakości, wykorzystuje się detale kojarzone z jakością (np. książka) i nowoczesnością (np. komputer). Przekaz robi się natomiast mętny, gdy celem ma być odesłanie odbiorcy do jednej konkretnej placówki. Skondensowana w logo zostaje bowiem cała dziedzina działalności bibliotecznej.

Po drugie, warto odwoływać się w znakach do treści abstrakcyjnych, ponieważ te wzbudzają zastanowienie i w rezultacie przyciągają uwagę, oraz – zależnie od zasięgu oddziaływania organizacji – do treści

luźno związanych z jej specjalizacją¹¹. *National branding* jest jedną z propozycji.

Po trzecie, wskutek uniformizacji usług (ze względu na zasięg internetu można korzystać prawie ze wszystkiego i prawie wszędzie) takie instytucje jak biblioteki upodabiają się do siebie. W związku z tym być może już wkrótce bardziej celowe będzie poinformowanie za pomocą piktogramu potencjalnych klientów jedynie o tym, że w pobliżu znajduje się biblioteka (bez znaczenia jaka, skoro wszystkie oferują podobne usługi). Współczesnym wzorem dla tej wizji są semiogramy – typu informacja turystyczna – ustawiane w centrach starych miast. Również więc sens jakości zostanie zunifikowany.

Poczynione tu uwagi – mam nadzieję – zainspirują właścicieli marek niekomercyjnych do poszukiwań oraz do wyborów logo bardziej wyrafinowanych i zgodnych z metodycznymi sugestiami.

TOMASZ KRUSZEWSKI

The logo of the non-profit institution – a sample model for libraries

ABSTRACT. This article presents some selected issues on the characteristics of graphic marks used by modern libraries as logos that are intended to appeal to the target audience as both a trademark and a symbol of quality. However, in practice, theoretical assumptions and guidelines are often not taken into account. This is often the case in a situation where there are many similar institutions operating on the market and offering similar services. Libraries are a good example of this phenomenon. Logos of libraries (mainly those of national and public libraries) tend to copycat whatever the going trend is in the design of graphic signs, but also in common errors, and repeated patterns. Similarities in form and substance behind a logo blur the identity of a given library. In conclusion, the author postulates to increase the quality and the diversity of new logos to be used in various non-profit institutions.

KEY WORDS: logo, library branding, corporate design, corporate identity.

¹¹ Zob. wyniki badań tożsamości wizerunkowej bibliotek: T. Kruszewski, op.cit.